

**II Semana da Informática –  
Sistemas de Informação – FCG - CEUNSP**

---

**MARKETING PESSOAL**

**Prof. Edson Dacal  
23/11/2005**

---

# MARKETING

---

Market = mercado  
Ing = designa gerúndio

Mercadando? Mercadeando?

---

# MARKETING

---

- Técnicas, ferramentas, metodologias que visam permitir que organizações se relacionem com o mercado como um todo
  - Tem, no formato atual, cerca de 60 anos
  - Está mudando dramaticamente com o apoio das Tecnologias de Informação e o advento da Internet
-

# MARKETING

---

Pode ser de

- Produtos (automóveis, roupas, eletrodomésticos, artigos de higiene...)
  - Serviços (consórcio, telefonia, software, cinema...)
-

# Marketing de Produtos – 4 P's – Mix de Marketing

---

Se é de produtos, estuda

- o produto em si
  - seu preço
  - sua distribuição (ou Praça)
  - sua promoção (que inclui Propaganda)
-

# Marketing de Serviços – 8 P´s – Mix de Marketing

---

## Se é de serviços, estuda

- Serviços ou Produto
  - Preços
  - Praça
  - Promoção
  - Pessoas
  - Processos
  - Evidências Físicas  
(Physical evidences/Provas)
  - Produtividade
-

# Marketing de Produtos ou de Serviços

---

Sempre começa por



## E o Marketing Pessoal? Como se faz?

---

Começa por lembrar que você

- Não é um sabonete ou uma havaiana
  - Não é um hotel ou um telefone celular
-

# Marketing Pessoal

---

Faz se para pessoas que tem

- Crenças
- Valores
- Objetivos de vida
- Necessidades físicas, espirituais, emocionais, financeiras, materiais, etc...
- Laços familiares, sentimentais, amorosos, de amizade, de coleguismo, etc...

Diferentemente de uma lavadora de roupas ou de um cruzeiro de reveillon

---

# Marketing Pessoal

---

Você também deve usar a pirâmide



# Marketing Pessoal

---

Começar por

Visão

Missão

Valores

Começar por saber quem você é, no que você realmente acredita, qual sua missão na vida, qual é sua visão do futuro, que é sua visão do seu futuro

---

# Auto Conhecimento

---

## Conceitos Básicos

### Propósito de Vida – Missão

Por que estamos vivos aqui nesse planeta? O propósito de vida é uma lembrança de quem somos e do impacto que causamos no universo. Isso faz com que a vida seja completa e feliz.

### Valores

São nossas crenças. Aquilo em que acreditamos e que nos faz agir como agimos.

### Visão

Imagens mentais que nos inspiram a agir e a tornar nossos sonhos realidade. Visão nos dá direção e pode criar significado na vida.

---

By Arthur Diniz

# Auto-Conhecimento

---

## Características dos empreendedores de sucesso

- Visionários
- Sabem tomar decisões
- Fazem diferença
- Exploram ao máximo as oportunidades
- Determinados e dinâmicos
- Dedicados
- Otimistas
- Apaixonados pelo o que fazem
- Independentes, constroem seu próprio destino

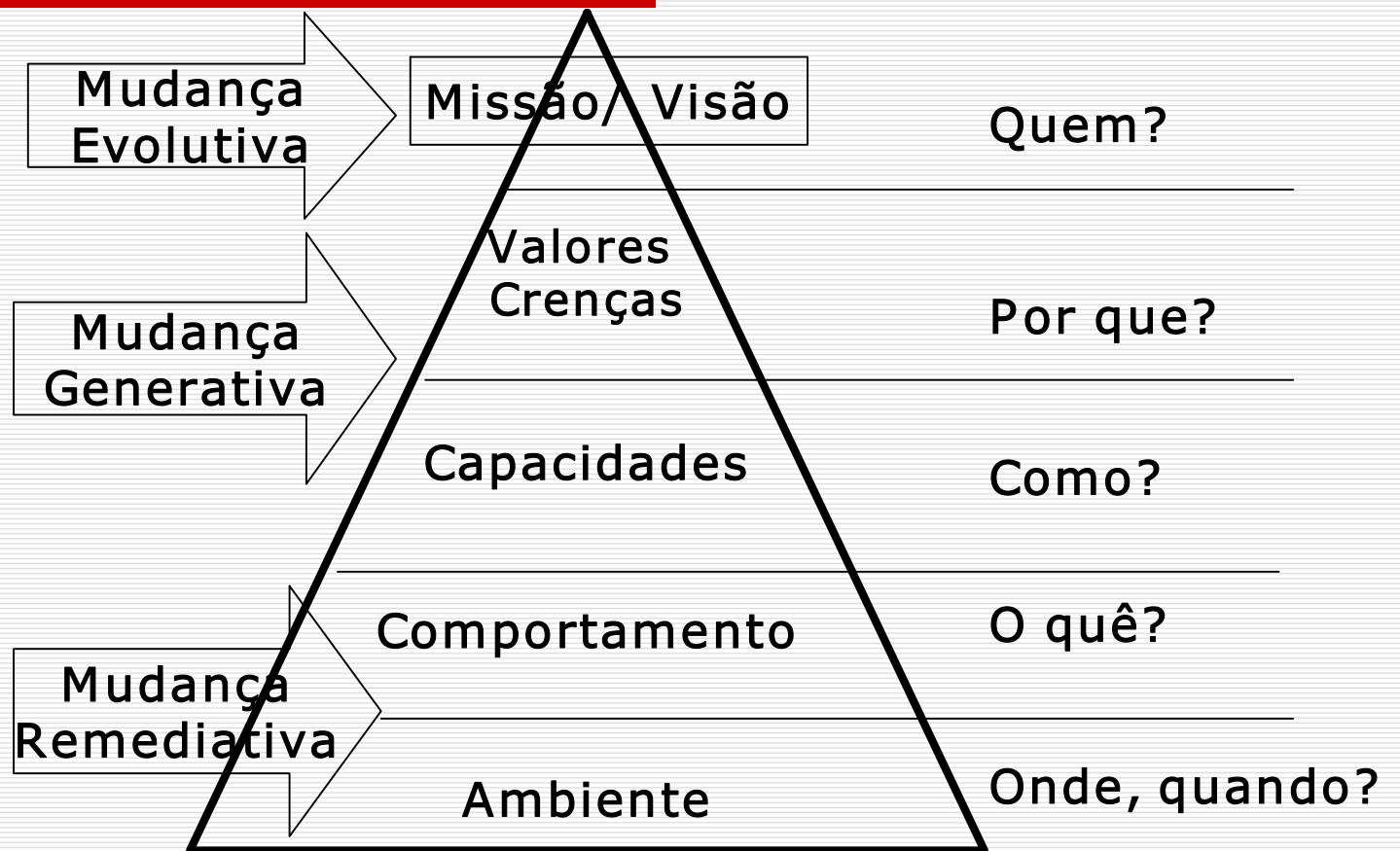
# Auto-Conhecimento

---

## Características dos empreendedores de sucesso

- Ficam ricos
- Formadores de equipe
- Bem relacionados (Networking)
- Organizados
- Planejam, planejam, planejam
- Possuem conhecimentos
- Assumem riscos calculados
- Criam valor para a sociedade

# Níveis Neurológicos



By Arthur Diniz

# Marketing Pessoal

---

Vamos em frente?



# Auto-Conhecimento

---

## SWOT

*S*trengths – Forças

*W*eakness – Fraquezas

*O*pportunities – Oportunidades

*T*hreats - Ameaças

---

# Auto-Conhecimento

---

## SWOT

PONTOS FORTES

An empty rectangular box with a black border, intended for the user to list their strengths.

OPORTUNIDADES

An empty rectangular box with a black border, intended for the user to list their opportunities.

PONTOS FRACOS

An empty rectangular box with a black border, intended for the user to list their weaknesses.

AMEAÇAS

An empty rectangular box with a black border, intended for the user to list their threats.

---

# Auto-Conhecimento

---

## TEORIAS

Há muitas teorias sobre o comportamento humano

Poucas conseguem evidência empírica

**HÁ UMA NOTAVEL EXCEÇÃO!**

# Auto-Conhecimento

---

## DEFINIÇÃO DE METAS

Nas mais diversas indústrias, com as pessoas mais variadas:

Aqueles que definem metas superam repetidamente aqueles que não o fazem...

**POR UMA DIFERENÇA ENORME!**

---

# Auto-Conhecimento

---

## METAS

As pesquisas mostram que:

- Menos de 3% da população tem metas específicas, pessoais ou profissionais;
- Aproximadamente 1% da população coloca sua meta no papel.

**PESSOAS NÃO PLANEJAM E FALHAM, ELAS  
SIMPLEMENTE NÃO PLANEJAM!**

---

# Auto-Conhecimento

---

## METAS

Nas empresas:

- Menos de 15% dos profissionais identificam claramente suas metas e prioridades
  - Metas mudam constantemente
  - Muitas metas
  - Não são comunicadas
  - Apenas 19% estão comprometidos com as metas
  - Gasta-se somente 49% do tempo focado nas metas
-

# Auto-Conhecimento

---

## META-ESPERTA

Específica

Sistêmica

Positiva

Evidência

Recurso

Tamanho

Alternativa

---

# Auto-Conhecimento

---

## ESPECÍFICA:

Você precisa especificar exatamente o que quer no tempo presente, em uma linguagem que use imagens, sons, sensações, para ativar padrões neurológicos que gerem novos resultados. A sua meta precisa ser iniciada por você e depender de você.

- O que voce quer? Em que contextos? Onde? Quando? Com quem?
- O que, especificamente, você vai ver? Sentir? Ouvir? Estar fazendo?

*ESPERTA*

---

# Auto-Conhecimento

---

## SISTÊMICA:

Você deve considerar o efeito da realização da sua meta em nível sistêmico, isto é, como vai combinar com as suas outras metas, como vai afetar outras áreas da sua vida, a sua família, o seu ambiente de trabalho etc.

—> Como a realização da meta vai afetar sua vida?  
O que você vai ganhar? Perder?  
Ela é congruente com seus valores?

*ESPERTA*

---

# Auto-Conhecimento

---

## POSITIVA:

A sua meta precisa ser elaborada em termos positivos. Uma meta negativa, do tipo: "Eu não quero comer demais", cria um ensaio mental desse comportamento. Também se inclui nesta categoria "Eu quero parar de...", "Eu quero viver sem..."

—→A minha meta gera imagens daquilo que eu quero ao invés daquilo que não quero

*ESPERTA*

---

# Auto-Conhecimento

---

## EVIDÊNCIA:

Você precisa ter uma evidência de que conseguiu a sua meta e precisa ter “feedback” durante o processo para se autocorriger.

—> Como vou saber que estou conseguindo me aproximar da minha meta?

Que evidências vou usar?

*ESPERTA*

---

# Auto-Conhecimento

---

## RECURSOS:

Você precisa identificar que recursos já têm e que recursos precisa para levá-lo do estado atual para o estado desejado.

—> Que capacidade e recursos eu já tenho para me ajudar a conseguir minha meta? Que outros mais eu preciso?

*ESPERTA*

---

# Auto-Conhecimento

---

## TAMANHO:

A sua meta precisa ser trabalhada com um enfoque de tamanho adequado. A meta grande demais precisa ser dividida em áreas a serem trabalhadas separadamente.

- > A meta é desafiante?
- > É grande demais? Pequena demais?
- > Esse objetivo é possível de ser atingido?

ESPERTA

---

# Auto-Conhecimento

---

## ALTERNATIVAS:

A sua meta precisa ter opções no plano de ações. Uma opção é limitada, duas criam um dilema e, três, permitem a escolha.

—> Qual é o seu plano de ação? Como você vai lidar com as dificuldades ou desafios?

ESPERTA

---

# Auto-Conhecimento

---

## EXEMPLOS

### Metas mal definidas

- Ganhar mais dinheiro que no ano passado
- Perder peso
- Melhorar meu desempenho profissional

### Metas bem definidas

- Ganhar R\$ 10.000,00 a mais que no ano passado
  - Emagrecer 5 kilos nas próximas 12 semanas e atingir 18% de gordura corporal
  - Receber avaliação A, melhorando minhas habilidades de liderança através de cursos e prática
-

# Auto-Conhecimento

---

## Os grandes paralisadores



MEDO



TEMPO



CRENÇAS LIMITANTES

---

By Arthur Diniz

# Medo - FEAR

---

**F**<sub>ALSE</sub>

**E**<sub>VIDENCE</sub>

**A**<sub>PPEARING</sub>

**R**<sub>EAL</sub>



---

By Arthur Diniz

# Auto-Conhecimento

---

## O TEMPO

- 1 – Descubra onde você gasta seu tempo
  - 2 – Reorganize-se
  - 3 – Priorize
  - 4 – Desista de algumas coisas
-

# Priorização

## Urgente X Importante

---

	Urgente	Não urgente
Importante	<p>Crises Projetos Problemas urgentes e inadiáveis</p> <p><b>I</b> <b>NECESSIDADE</b></p>	<p>Prevenção Planejamento Identificação de oportunidades</p> <p><b>II</b> <b>LIDERANÇA E CONTROLE</b></p>
Não Importante	<p>Interrupções Telefonemas Relatórios Muitos assuntos urgentes</p> <p><b>III</b> <b>ENGANO</b></p>	<p>Detalhes Correspondências E-Mail Atividades que fazem perder tempo</p> <p><b>IV</b> <b>DESPERDÍCIO</b></p>

---

By Arthur Diniz

# Auto-Conhecimento

---

## EXEMPLOS DE CRENÇAS LIMITANTES

- Tenho que trabalhar duro para ter dinheiro suficiente para viver
- Tenho que ser rico para ser feliz
- O sucesso leva tempo
- Tudo que vem fácil vai fácil
- Não consigo trabalhar com meu computador
- Os outros são melhores do que eu
- Já cheguei no meu limite
- Eu não nasci pra isso
- É impossível ganhar dinheiro fazendo isso
- Não posso confiar em ninguém
- Nada é fácil

---

By Arthur Diniz

# Auto-Conhecimento

---

- Você tem metas? Metas para este ano, 05 e 10 anos?
- Sabe visualizar o que quer? Visualiza, com frequência?
- Pensa e age em relação às capacidades necessárias para alcançar suas metas?
- Suas metas são coerentes com suas crenças e valores?
- Como é a sua visão de mundo?
- Você tem um sentido de vida?
- Tem um diferencial ?

# Mix de Marketing Pessoal

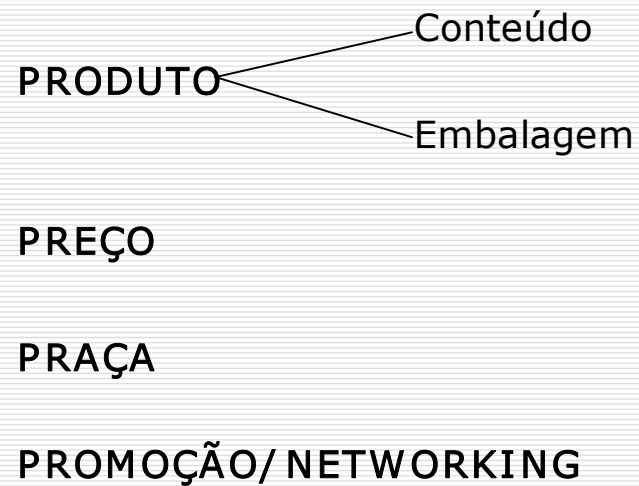
---



# Marketing Pessoal

---

## Mix de Marketing Pessoal



# PRODUTO

---

Conteúdo

Embalagem

---

# Conteúdo

---

- Currículo
- Cursos de especialização
- Idiomas (comece pelo português)
- Busque certificações
- Leituras (livros, jornal, artigos)
- Ações x atitudes
- Comunicação
- Seja bem-humorado, sorria
- Livre-se das crenças limitantes
- Não seja ranzinza, torne as situações mais leves
- Empatia, tolerância, inteligência emocional, honestidade
- O sábio e o aprendiz
- Faça trabalho voluntário



---

By Cleo Nascimento

- Monte um arquivo “Eu me amo”  
Vitórias, realizações, cartas, e-mails de elogio, diplomas, certificados, etc

**“Não me diga o quanto você trabalha. Diga-me quanto você conseguiu concluir” – James Ling**

---

## Monte um arquivo de “Declarações Incisivas” (Exemplos)

---

- ❑ Reduzi os custos e as despesas fixas, por meio de atenta monitoração e controle dos procedimentos de assistência e reembolso financeiro.
  - ❑ Implantei um sistema contábil completo, por departamentos, em uma grande entidade; redução dos custos operacionais em 25 por cento.
  - ❑ Concebi novos procedimentos para o serviços de informações gerenciais, colocando os relatórios operacionais à disposição da gerência em 24 horas.
  - ❑ Reduzi significativamente os atritos entre quatro departamentos importantes, por meio de uma série de seminários sobre a solução de problemas.
  - ❑ Organizei e treinei uma equipe de vendas para territórios de comercialização selecionados, o que resultou em um incremento de 67 por cento nas vendas e nos lucros.
-

# Como redigir

---

## Habilidades Interpessoais

- ❑ Situação: Eu era o contato entre minha empresa e nossa agência de publicidade
  - ❑ Ação: Estabeleci o entrosamento com a agência de publicidade
  - ❑ Resultados: Conseguimos um moral elevado e o livre fluxo de informações entre a agência e a empresa
  - ❑ Declaração incisiva: Atuei como contato entre minha empresa e nossa agência de publicidade. Estabeleci o entrosamento com o pessoal da agência e estimulei o livre fluxo de informações
-

## Uso das declarações incisivas

---

- Currículos
- Cartas de Apresentação
- Entrevistas de emprego
- Avaliação de desempenho

### Algumas situações informais

- Papos com os colegas
  - Durante cursos
  - Reuniões fora do ambiente de trabalho, mas que envolvem possíveis pontos de relacionamento – reuniões de condomínio por exemplo
-

## “Eu me amo”

---

- ❑ Declarações Incisivas
  - Guarde
  - Atualize sempre
  - Releia, de vez em quando

“Óbvio, procure sempre melhorar o produto”



# Embalagem

---

- ❑ Cuide de sua saúde – vitalidade
- ❑ Alimentação / Exercícios / Durma bem / Relaxe
- ❑ Roupas e sapatos adequados
- ❑ Cartão de visitas
- ❑ Atenção aos detalhes – caneta, óculos, unhas, cabelos, dentes
- ❑ Como as pessoas te veêm?
- ❑ Seja organizado!!!
- ❑ O corpo fala
- ❑ O principal é ter congruência





# Preço

---

- ❑ Preço deve espelhar o restante do seu mix de marketing
- ❑ Talvez o produto (você), ou o marketing dele, tenham que melhorar!
- ❑ acredite! todos temos nosso valor.
- ❑ Não precisamos ser iguais a ninguém... O mais interessante é a diferença

**“O homem vale tanto quanto o valor que dá a si próprio.”**

**François Rabelais**

---



# Praça

---

“Estar no lugar certo, no momento certo”

- Três telefonemas separam você de algo ou alguém que está procurando

## Faça Marketing

- Clube
- Prédio
- Escola de seus filhos
- Seu MBA
- Academia
- Eventos
- Festas (aniversário, casamento)



# Promoção

---

- Internet
- Artigos
- Palestras
- Sites de Empregos
- Blogs
- Livros
- Aulas



# Networking – Rede de Relacionamentos

---

- Saia de casa
- Escreva/ Publique artigos / livros
- Participe de associações (xadrez)
- Dê palestras / aulas
- Envolver-se com a Internet
- Participe de Eventos e faça novos contatos
- Inove, permita-se sair da rotina
- Viaje, visite novos lugares, pratique um esporte



## ...continua

---

- ❑ Seja simples, diga "bom dia"
- ❑ Mande cartões de Natal
- ❑ Telefone em datas de aniversário
- ❑ Nada substitui o contato pessoal
- ❑ Forme uma corrente do bem
- ❑ Doe seu tempo
- ❑ Aumentar a rede e cultivá-la sempre, a longo prazo



# Resumindo

---

Certifique-se de quem é você

Certifique-se de quem você quer ser

Trace o caminho que separa estes dois estados

Analise e melhore o conteúdo

Análise e melhore a embalagem

Defina o preço

Identifique a praça alvo, faça promoção, relacione-se

---

# Marketing Pessoal

---



## Razões pelas quais as pessoas não fazem Marketing Pessoal

- Não foram criadas assim
- Não sabem como fazer
- Avaliam que quem faz dá mau exemplo
- Falta de tempo
- Isso é uma bobagem
- Elas têm medo de serem rejeitadas

Não necessariamente o bom trabalho e os bons propósitos falam por si mesmos

---

# Marketing Pessoal

---

- Se você não se auto-promover, sabe o que vai acontecer?

**NADA**

**“Medo é algo que se aprende a sentir; já que é aprendido pode-se desaprendê-lo”**

**Karl Menninger**



# Resumindo

---

PLANEJE!

MEXA-SE!

NÃO SUCUMBA AO MEDO!

NÃO SUCUMBA A PREGUIÇA!

---

---

VAMOS!

COMEÇE JÁ!

CONFIE EM VOCÊ!!!

---

---

**MUITO OBRIGADO!**

[edson.dacal@basics.com.br](mailto:edson.dacal@basics.com.br)

---